



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی □ رشته: روابط عمومی...ترم: ۲...سال تحصیلی: ۱۳۹۸-۱۳۹۹
نام درس:ارتباط تصویرینام و نام خانوادگی مدرس: ..شیما گلچین.....
آدرس email مدرس:تلفن همراه مدرس: ۰۹۱۲۳۳۶۱۶۹۴.....

جزوه درس: اصول و ارائه آثار هنری..... مربوط به هفته : اول □ دوم □ سوم □ چهارم □
text: دارد □ ندارد □ voice: دارد □ ندارد □ power point: دارد □ ندارد □
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۲۸۲۷۸۰۰۵۲

بسمه تعالی

ارتباط تصویری

نشانه :

در حوزه ارتباطات نمادها را نشانه های مشترک برای شرکت کنندگان در یک ارتباط می دانند. اگر نشانه ها را برگرفته از مفاهیم و معانی ذهنی انسان بدانیم و نقوش تصویر را هم برگرفته از قرار دادی همگانی و مورد پذیرش گروهی انسان ها بدانیم. نمادها عینیت این معانی در تصاویر هستند که از طریق رسانه به مخاطب منتقل می شوند. در دنیای امروز رسانه ها برای بازنمایی رویدادها و اتفاقات و برای ایجاد فهمی مشترک میان همه مخاطبان از نشانه هایی استفاده می کنند که مورد اقبال افکار عمومی قرار بگیرد. نشانه های بسیاری بوده است با رنگ بندی و تصاویری بسیار زیبا و هزینه های بسیار برای طراحی از سوی یک رسانه مورد پذیرش افکار عمومی قرار نگرفته است و منجر به تغییر سیاست گذاری فرستنده پیام در طراحی یک تصویر شده است. این موضوع نشان می دهد که چگونگی انتقال پیام برای ایجاد کنش متقابل با مخاطب برای فرستنده پیام مهم است، مگر در مواردی که کسی یا نهادی بر مبنای ایدئولوژی خاصی هدفش صرفا در معرض قرار دادن مخاطب باشد که در این موارد هم بازخوردها از سوی نظام اجتماعی در موفقیت یک رسانه موثر است. پس تصویرگر از طریق نشانه می تواند وظیفه یک پیام خام را بهتر، زیباتر و سریع تر انجام دهد، چرا که از المان های استفاده می کند که در مورد توجه افکار عمومی و بر مبنای توافقی گروهی بنیاد نهاده شده است. (علامت خطر، یک نشانه تصویری است که در تمامی جوامع که از قواعد راهنمایی و رانندگی جهانی پیروی می کنند و مفهوم واحدی را منتقل می کنند..)

در حوزه ارتباطات نمادها را نشانه های مشترک برای شرکت کنندگان در یک ارتباط می دانند. اگر نشانه ها را برگرفته از مفاهیم و معانی ذهنی انسان بدانیم و نقوش تصویر را هم برگرفته از قرار دادی همگانی و مورد



پذیرش گروهی انسان‌ها بدانیم. نمادها عینیت این معانی در تصاویر هستند که از طریق رسانه به مخاطب منتقل می‌شوند. در دنیای امروز رسانه‌ها برای بازنمایی رویدادها و اتفاقات و برای ایجاد فهمی مشترک میان همه مخاطبان از نشانه‌هایی استفاده می‌کنند که مورد اقبال افکار عمومی قرار بگیرد. نشانه‌های بسیاری بوده است با رنگ بندی و تصاویری بسیار زیبا و هزینه‌های بسیار برای طراحی از سوی یک رسانه مورد پذیرش افکار عمومی قرار نگرفته است و منجر به تغییر سیاست گذاری فرستنده پیام در طراحی یک تصویر شده است. این موضوع نشان می‌دهد که چگونگی انتقال پیام برای ایجاد کنش متقابل با مخاطب برای فرستنده پیام مهم است، مگر در مواردی که کسی یا نهادی بر مبنای ایدئولوژی خاصی هدفش صرفاً در معرض قرار دادن مخاطب باشد که در این موارد هم بازخوردها از سوی نظام اجتماعی در موفقیت یک رسانه موثر است. پس تصویرگر از طریق نشانه می‌تواند وظیفه یک پیام خام را بهتر، زیباتر و سریع‌تر انجام دهد، چرا که از المان‌های استفاده می‌کند که در مورد توجه افکار عمومی و بر مبنای توافقی گروهی بنیاد نهاده شده است. (علامت خطر، یک نشانه تصویری است که در تمامی جوامع که از قواعد راهنمایی و رانندگی جهانی پیروی می‌کنند و مفهوم واحدی را منتقل می‌کنند..)

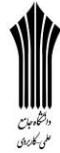
تاریخ استفاده از شکل‌های تصویری و نوشتاری ترسیمی بوده است. با ساده و کوچک شدن نمادها و علائم، زبان تصویر قادر بود با نظامی ساده هر چیزی را توصیف کند. هر یک از تصاویر، نماینگر یک موضوع و یا یک ایده بود. در واقع این تصاویر، صورت‌نگاری و تجسم بخشی اشیاء بود که بعدها "پیکتوگرافی" نام گرفت و به دنبال آن حروف الفبا و خط آفریده شد. کلمات چاپ شده و نوشتاری، همه به نوعی نشانه‌های بصری هستند و نشانه‌هایی هستند که از بسط گسترش و تکمیل همان علامتها شکل گرفته‌اند. حروف الفبا در درجه اول شکل‌های تصویری هستند. در دنیای معاصر با وجود یکصد زبان و هزاران گویش، برقراری ارتباط بین انسان‌ها بسیار پیچیده است. در اینجا است که تصویر به عنوان زبان ارتباطی، وسیع‌تری مطرح می‌شود. حیطه ارتباط تصویری، بسیار فراتر از محدوده کلمات و جملات است. نمادها و نشانه‌ها، قادرند اطلاعاتی را انتقال دهند که از عهده کلمات خارج است. زبان ارتباط تصویری، یک زبان ترسیمی است که به عنوان شیوه ارتباطی مستقلی به کار گرفته می‌شود. امروزه به کمک نمادهای تصویری متنوع و شکل ساده و همه‌فهم آنها، پیام به سرعت منتقل می‌شود. در مواردی که توصیف کلامی یک اندیشه، دشوار به نظر می‌رسد، یک نماد ساده و گیرا، می‌تواند جایگزین آن شود. همچنان واژه و تصویر، زمانی به عنوان نماد قابل قبول است که متضمن چیزی ورای معنای آشکار و مستقل خود باشد. بدین ترتیب نماد، جنبه‌ای وسیع و گسترده دارد که پس از دیده شدن، ذهن آن را تجزیه و تحلیل می‌کند و در ورای آن به ادراک مفهوم می‌رسد به طور کلی، می‌توان گفت



که بازنمایی تصویری هر صفت یا وضعیتی به واسطه یک نشانه تلاشی است برای بیان مفاهیم و معنای مورد نظر. نشانه با تمام چیزهای سر و کار دارد که می‌توانند به جای چیزهای دیگر بر معنایی دلالت کنند. آن چیز لازم نیست که در لحظه دلالت وجود داشته باشد و در بیشتر موارد در زمان و مکان خاصی حاضر نیست، چرا چیزی می‌تواند به معنایی دلالت کند؟ زیرا بر این اساس قراردادهای اجتماعی از پیش تعیین شده می‌پذیریم که چنین شود. هر یک از حواس انسانی، ما را در درک بهتر محیط و دنیای پیرامون یاری می‌رساند. اما فعالیت‌هایی که بدون محدودیت های زبان نوشتاری، در قالب نماد و نشانه و در هنر گرافیک مطرح می‌شود، به نوعی آگاهی از یک عملکرد بصری است. هر چیزی که می‌خوانیم به معنای کلی تر هر چیز که می‌بینیم مجموعه‌ای است از نشانه‌های گرافیک و دیداری.

دیدن بیشتر از واژگان و کلمات و حتی زبان وجود دارد. هر نشانه دیداری، نیاز به شیوه خاصی از نگریستن دارد. نشانه‌های دیداری را به یاری آن چه می‌دانیم و یا به آن باور داریم، درک می‌کنیم، هر جزء از اطلاعات تصویر که توسط قوه بینایی جذب و درک می‌شود، به یک نشانه تبدیل می‌شود و هنگام بازیابی این نشانه عمل یادآوری صورت می‌گیرد. نشانه‌ها با کارکردهای مختلفی بر روی حافظه تاثیر می‌گذارند و در نهایت سطح وسیعی از حافظه را تشکیل می‌دهند. دیده شدن یک علامت یا شکل، ذهن را فعال کرده و به تجسم وادار می‌دارد. همین تجسم است که معنای نشانه دار را قابل فهم می‌کند.

نشانه چیزی است که برای کسی در مناسبتی خاص و با عنوان خاص نشان چیز دیگری باشد. خطابش به کسی است، یعنی در ذهن آن شخص نشانه‌های معادل و یا کامل تر می‌سازد. این نشانه خبر از چیزی می‌دهد. با این تعبیر نشانه‌ها، همواره جانشین چیزی هستند. هر نشانه یک رابطه دائمی با چیزی که نشانه به جای آن قرار گرفته، برقرار می‌کند. "رابطه معنایی" نشانه نام دارد. رابطه معنایی نشانه تعیین‌کننده محتوای نشانه است. در مباحث مربوط به نشانه‌ها، آنها بر مبنای نوع یا محتوا به گونه‌های مختلف تقسیم شده‌اند. علائم تجاری، سمبل‌ها، علائم فرهنگی، علائم راهنما و یا هشدار دهنده و... اما در نهایت در تمامی موارد مذکور نشانه، بیان‌کننده خصوصیات و ویژگی‌های پدیده‌هایی است که برای آنها استفاده شده است. حال این پدیده، می‌تواند معرفی موسسه، شرکت، سازمان، فرد و یک نشانه تجاری باشد و یا ارائه دهنده پیام و مفهوم. در هر حال نشانه می‌تواند به نمایش بهتر و یا پایه‌گذاری یک ارزش کمک کند. هر تصویر می‌تواند به اشکال متفاوت وجود داشته باشد. بسیاری از مردم به طور غریزی به سوی نشانه‌ها و شکل‌هایی که با آنها آشنایی دارند کشیده می‌شوند. برخی از نشانه‌ها از یک واحد تشکیل شده‌اند، مانند چراغ قرمز که به محض دیده شدن ضرورت توقف را می‌رساند و در برخی دیگر تصویر کلی نشانه، مجموعه‌ای است از اجزای تصویری



کوچکتر. با این تعبیر، می توان گفت که حتی یک تابلوی نقاشی و یا آثار تجسمی دیگری از این قبیل خود در زمره نظام های نشانه قرار می گیرند. یک تصویر نقاشی شده با کادری دو بعدی، مجموعه ای است از واحدهای نشانه ای و هر واحد، حاوی پیام و بیانگر موضوعی است. در بعضی از موارد مفاهیم، به سرعت بدون واسطه منتقل می شوند و در مواردی دیگر برای فهم نشانه نیاز به نگرشی خاص است.

توسط نوع خاصی از دیدن، مفاهیمی که در لایه های پنهان نشانه هاست، رمزگشایی و ترجمه می شود. در حیطه هنر ارتباط تصویری، بهترین نوع تقسیم بندی برای نشانه ها این است که آنها به نشانه های تصویری، نشانه های نوشتاری و نشانه های ترکیبی تفکیک شوند.

نشانه های تصویری: با توجه به عناصر بصری شکل می گیرند، از یک سو، به خاطر سرعت پیام و از سوی دیگر، به دلیل وسعت و قدرت تاثیرگذاری بر مخاطب مورد توجه اند. در این نوع از نشانه ها یک شکل تصویری، با بیانی ساده و روان موضوع را تجسم می بخشند. نشانه های تصویری یا از نظر مفاهیم سمبولیک با موضوع مورد نظر مرتبط اند و یا به عنوان نوعی مستقل، با گذشت زمان معرف موضوع می شوند. در بسیاری از موارد، نشانه های تصویری، برای بیننده در حکم کشف و پی بردن به عملکرد برجسته ای که از دوران کودکی با او همراه بوده است را دارا می باشد.

نشانه های نوشتاری: در نشانه های نوشتاری، تصویر مورد نظر از حروف و کلمات تشکیل می شود. به کارگیری حروف و کلمات به این معنی است که علائم نوشتاری می تواند، موضوع طراحی قرار گیرد.

در نشانه های ترکیبی: نیز از شکلهای تصویری و نوشتاری به طور همزمان برای بیان موضوع استفاده می شود. نشانه ها، از هر نوع که باشند از قوانین کلی مباحث نشانه شناسی، پیروی می کنند.

اینکه نشانه ها همگی دلالت گیرند و هر کدام از آنها موضوع خاصی را انتقال می دهند، ویژگی مشترک همه نمادها و نشانه ها است. جنبه های معروف و پنهان نشانه ها که روابط علت و معلولی را به دنبال دارد، سبب می شود که نشانه ها با بیان نمادین و زبانی تمثیلی، مفهوم را در ورای خود منتقل نمایند. برای درک مفهوم نماد، مخاطب به تفکر و داشته می شود و پس از ادراک نشانه در ذهن ماندگار خواهد شد.

بیان تمثیلی یا سمبلیک: بیانی است که به معنایی فراتر از معنای ظاهری لفظ دلالت داشته باشد. اما این تعریف کامل نخواهد شد، مگر آن که نسبتی را که بین سمبل با معنا و مدلول آن وجود دارد پیدا کنیم. در کتاب فرهنگ اصطلاحات ادبی جهان، "سمبل" این چنین تعریف شده است: "سمبل عبارت از چیزی است که نماینده چیز دیگر باشد." اما این نماینده بودن، نه به علت شباهت دقیق میان دو چیز است، بلکه به معنای اشاره ای مبهم یا رابطه ای اتفاقی یا قراردادی است.



قراردادی بودن علائم تصویری، دیگر ویژگی نشانه هاست. نظام نشانه ای قراردادی بودن، از اصول اولیه نشانه هاست. انسان ها برای انتقال پیام و مفاهیم از نشانه‌هایی استفاده می‌کنند که ذاتی نمی‌باشند. نشانه‌ها در معنای رایج، ابزارهایی هستند که آگاهانه برای برقراری ارتباط به کار می‌روند. ابزارهایی که گروهی می‌خواهند با آن معنا یا پیام ویژه‌ای را به دیگری برسانند. اگر کسی چشم اندازی را نقاشی کند، به ظاهر می‌خواسته به مردم نشان دهد که آن چشم انداز چگونه بوده است. علامت پیکانی روی تابلو به این قصد به کار می‌رود که گیرندگان پیام را به جهت معینی راهنمایی کند. همه نشانه‌های قراردادی بر توافق آگاهانه کاربران استوار است. این نشانه‌ها ممکن است از زبانی به زبان دیگر دچار تغییر شوند و یا ممکن است بین چند زبان مشترک باشند. به طور مثال طرح ساده شده ای از تصویر یک جغد ممکن است، در بعضی از اقوام مفهوم بدشگونی و بد اقبالی را همراه بیاورد. ولی در بعضی از باورها فرهنگ‌ها، نمادی است از خردمندی و هوشیاری. اما تصویری از تابلویی ایست، در تمامی کشورها و جوامع، مفهوم و عملکرد مشترکی را اعلام می‌کند. این نماد یک قانون جهانی است. پیکتوگرام‌ها مانند نشانه‌های راهنمایی رانندگی، نشانه‌های ورزشی و کلیه علائمی که به منظور تسهیل امر ارتباط طراحی شده‌اند، به عنوان قوانین کلی و دارای معنای واحد و جهانی هستند. بسیاری از علامت‌ها و نشان‌ها، نیز در اثر استفاده زیاد، به عنوان یک کلیشه بصری معنای واحد و مستقلی پیدا کرده‌اند. تصویر مجسمه آزادی، برج ایفل، اهرام مصر و نمادهایی از این دست به محض دیده شدن، تصاویر و مفاهیمی را در ذهن مجسم می‌کنند. تمامی نمادهای تصویری، به دستور سازی در ذهن بیننده یاری می‌رسانند. برای خواندن تابلوی یک فروشگاه، باید زبان دانست، ولی برای آنکه مفهوم یک قرص نان را روی در ورودی فروشگاه درک کنید یا از روی کالاهایی که در ویترین گذاشته شده، (کالا در این مورد نقش نشانه را بازی می‌کند)، حدس بزنید چه چیزی را داخل فروشگاه می‌فروشند، هیچ واسطه‌ای لازم به نظر نمی‌رسد. اما در مورد نشانه‌های نوشتاری فاقد تصویر، ابتدا باید مفهوم نشانه، (برای کسی که مفهوم آن را نمی‌داند و در حکم رمز است)، رمز گشایی شود.

دانشجویان گرامی. حتما توجه داشته باشید. در س (ارتباط تصویری) شما دارای ۱ واحد عملی نیز می‌باشد که حتما باید ارائه ای در طول ترم داشته باشید. برای تعیین موضوع و چگونگی ارائه و پیشبرد آن با شماره اینجانب (۰۹۱۴۲۴۶۱۶۹۴) در (واتس آپ). در گروه کلاسی مجازی خود در ارتباط باشید. با آرزوی سلامتی و موفقیت جامع شما جویندگان دانش ایران زمین پر گوهر..